

惣菜・弁当(持帰り)の 情報提供ガイドライン

I 趣旨

消費者の食に対する意識が高まる中、店舗で同じ惣菜でも容器包装されているものと、されていないものでは、その商品の情報量に差異がある。

このような状況に対し消費者サイドからみると、同じ商品なのになぜ情報量に差があるのか疑問が生まれてくるという指摘がある。

このため、情報提供の充実によって消費者の購買時の商品選択に役立ち、消費者と事業者との一層の信頼関係の確保を図るため、自主的取組の指針「惣菜・弁当(持帰り)の情報提供ガイドライン」を策定し、積極的に推進する。

II ガイドラインの位置づけ

本ガイドラインでの情報提供とは、店頭での法的な義務表示基準の適正表示を前提に、商品や売場の掲示物や、売場での販売員等による消費者対応等、様々な方法により商品の情報を提供することをいう。本ガイドラインは、消費者と事業者の一層の信頼確保を図るための、事業者の自主的な取組である。

なお、任意の情報提供であっても、表記方法も含め各法令の適用を受けることとなり、表記内容と商品との矛盾や、内容について誤認させるようなことが無いように努めるべきである。

III ガイドライン適用項目について

本ガイドラインについては、消費者の関心が高い以下の項目とする。

- ①原材料名
- ②原料原産地
- ③アレルギー物質

IV ガイドライン適用範囲について

消費者の購買時の商品選択に役立ち、消費者と事業者との一層の信頼関係の確保を図る趣旨に鑑み、現在、「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律(昭和25年5月11日法律第175号 以下「JAS法」という。)」で定める「加工食品品質表示基準(平成12年3月31日農林水産省告示第513号)」や「食品衛生法(昭和22年12月24日法律第233号 以下「食衛法」という。)」で定める「食品衛生法施行規則(昭和23年7月13日厚生省令第23号)」が及ばない範囲においても情報提供に努めることとする。

(1) 原材料名・原料原産地

同一施設での製造・販売の商品、ばら販売商品であっても、消費者にわかりやすい情報提供に努めることとする。(別添1 参照)

(2) アレルギー物質

ばら販売商品についても、消費者にわかりやすい情報提供に努めることとする。

V 対象事業者について

(社)日本惣菜協会の会員をはじめ、惣菜・弁当(持帰り)を取り扱う事業者を対象とする。

VI 原材料名・原料原産地・アレルギー物質の情報提供

原材料名・原料原産地・アレルギー物質の情報提供の考え方

商品の販売形態及び状況によっては、現行の表示制度では、商品の表示の義務付けが適用されないものもある。しかし、原材料やその原産地及びアレルギー物質に係る情報についての消費者の関心の高さや商品購入時の選択に資するという観点から、実行可能な方法による情報提供に努めるものとする。

自主的な取組としてのガイドラインの充実、消費者の購買時の選択に役立ち、各事業者が消費者との良好な信頼関係の醸成を目指すためにも、できることから取り組む姿勢が大切である。

また、本ガイドラインは義務表示事項に加えて、自主的な情報提供への取組をまとめたものであるため、ガイドラインのみならず、消費者が求める情報提供については、事業者として積極的な取組に心がけることが重要である。

① 原材料・原料原産地の情報提供

次の原材料名・原料原産地について、情報提供をする。

i 単一の主原材料を使った商品の原材料名・原料原産地名

例：「魚の照り焼き」の魚種名(ぶり)・原産地(日本海)

ii 商品名等に冠した原材料名・原料原産地名

例：「白身魚の唐揚げ弁当」の白身魚の魚種名(まだら)・原産地(アメリカ)

iii こだわりの食材の原材料名・原料原産地名

例：「シャキシャキ蓮根のサラダ」のこだわりの原材料(蓮根)・原産地(茨城県)

iv 販売店舗の人気商品の主原材料名・原料原産地名

例：「唐揚げ」の肉の種類(鶏)・原産地(ブラジル)

(注)平成23年7月1日より「米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律(平成21年4月24日法律第26号。)」に基づき米穀及び米飯などの米加工品の産地情報伝達の義務が開始。(取引記録の作成・保存の義務化については、平成22年10月1日より開始。)詳細は、農林水産省ホームページで照会。

農林水産省ホームページ

http://www.maff.go.jp/j/soushoku/keikaku/kome_toresa/index.html

② 情報提供する原材料名・原料原産地の名称

i 原材料名

「JAS法」で定める「生鮮食品品質表示基準(平成12年3月31日農林水産省告示第514号)」、「加工食品品質表示基準(平成12年3月31日農林水産省告示第513号)」に基づき情報提供を行う。

但し、「食肉の表示に関する公正競争規約(平成14年10月8日平成14年公正取引委員会告示第36号)」、「魚介類の名称のガイドライン(平成12年7月1日農林水産省)」等の各ガイドライン等との整合性を確認する。(別添2 参照)

ii 原料原産地

国産品にあつては「国産」である旨を、輸入品にあつては「原産国名」を情報提供。

但し、以下により表示することもできる。

(i) 農産物の場合

ア 国産品にあつては、国産である旨にかえて、都道府県名、その他一般に知られる地名

(ii) 畜産物の場合

ア 国産品にあつては、国産である旨にかえて、主たる飼養地*が属する都道府県名、その他一般に知られる地名

* 畜産物では、2ヵ所以上にわたって飼養された場合の原産地は、一番長い期間飼養されていた場所を主たる飼養地

(iii) 水産物の場合

- ア 国産品にあつては、国産である旨にかえて、生産（採取及び採捕を含む）した水域名称、水揚げした港名、水揚げした港又は主たる養殖地の属する都道府県名、その他一般に知られる地名
- イ 輸入品にあつては、原産国名に水域名を併記

(iv) 単一原材料が複数の原産地（原産国）の原材料を使用する場合

- ア 主な原材料の原産地が2ヶ所以上ある場合にあつては、原材料に占める重量の割合の多いものから順に記載
- イ 主な原材料の原産地が3ヶ所以上ある場合にあつては、原材料に占める重量の割合の多いものから順に2ヶ所以上記載し、その他の原産地を「その他」と記載

③ 情報提供するアレルギー物質

i アレルギー物質

特定アレルギー品目に推奨アレルギー品目を加えた品目を情報提供。

ii 同一施設内におけるアレルギー物質の混入

場所の制約等の理由によりアレルギー物質が混入する可能性が排除できない場合は、アレルギー物質に関することについて、店頭で対応できる旨を情報提供する。

例：アレルギー物質についてご不明な点がございましたら、売場販売員までおたずねください。

VII 情報提供の方法（手段）

店頭では、プライスカード、ボード、POP、商品ラベル等多くの情報提供の手段があり、その種類も業種・業態や店舗等により異なっている。このため、「消費者の見やすい場所に行くこと」及び「顧客の分かりやすい表現を使うこと」という考え方の下に、創意工夫を活かして以下の方法により情報提供を行う。

① プライスカードへの表記

② ボード、POP等の掲示

③ 商品ラベルへの表記

④ お客様からの問い合わせに対する口頭による情報提供（周知するための掲示が必要）

⑤ ホームページによる案内

なお、消費者は購入後においても商品情報を知りたい場合があることを想定し、上記方法に加えて、お客様相談窓口や問い合わせ先等を情報提供することは、消費者の一層の信頼確保の観点から見ても有効な一手段である。

VIII 情報管理体制の整備

消費者に正しい情報提供を行うためには、使用原材料のアレルギー物質等含めた商品情報は事前に仕入先事業者から規格書等の資料を適切に取り寄せ、さらにその情報を消費者に情報提供するための事業者組織の体制作りや情報管理体制の整備が重要である。

消費者と直接接する店舗では誠意をもって適正に消費者に対応するために商品情報資料(商品規格書等)をマニュアル等にして活用できるようにする。

IX 留意事項

- ① 原材料名・原料原産地の表記等を商品ラベルで一括方式による場合は、加工食品品質表示基準や各種ガイドラインに準拠し、適正な表現方法による情報提供を行う。(別添2 参照)
- ② 原材料の原産地を情報提供するに当たっては、原材料の原産地情報の管理を徹底し、誤った表示を行わないようにしなければならない。また、常に消費者の視点に立ち、

i 産地が特定できない曖昧な表示

ii 複数の原産地のものを使用するときの特定の産地のみを強調する表示

iii 加工品において原料原産地が不詳であるにもかかわらず、同種の生鮮品の産地表示により誤認を招く表示

など、消費者を誤認させるような表示を行わないようにしなければならない。

- ③ 原料原産地の情報提供にあたっては、優良誤認や風評被害等の誤ったイメージを与えることのないように特に注意する必要がある。事実と異なった情報提供により、消費者が実際のものよりも著しく優良であると誤認する場合には「不当景品類及び不当表示防止法」(昭和37年5月15日法律第134号)による措置の対象となる。
- ④ アレルギー物質の表記等については、食品衛生法に準拠し、「アレルギー物質を含む加工食品の表示ハンドブック」(事業者向け:消費者庁刊)等を参考にし、適正な表現方法による情報提供を行う。ハンドブックについては、<http://www.caa.go.jp/foods/index8.html> で参照。

X ガイドラインの活用について

消費者の惣菜事業者への一層の信頼確保を図っていくためには、本ガイドラインの普及推進が不可欠である。このため、(社)日本惣菜協会は、協会会員はもちろんのこと、本ガイドラインに関係する団体等に理解と協力をもとめる。

特に産地や仕入先等の関係事業者の適確な情報伝達の協力を得ることは、本ガイドラインを実施する上で大変重要である。

従って、協会、事業者、消費者、行政等、関係分野が協力のもとに実効ある本ガイドラインの普及啓発を図っていく。

①(社)日本惣菜協会の役割

- ガイドラインの普及(会員企業、関係団体への働きかけ、情報提供資料、HP等)
- 実施企業の状況・意見等の把握と整理(情報共有化、ガイドラインの補強)
- 「惣菜管理士のいる店」店頭表示実施事業者と連携、店頭で集約した情報によるガイドラインの補強
- 取組状況や事業者から行政への情報提供
- 社会状況に沿ったガイドラインの見直し

②事業者の役割

- 消費者と直接的なコミュニケーションの機会を増やし、意見や要望の集約、活用
- ガイドラインを活用し、マニュアルの整備と研修の実施
- 「惣菜管理士のいる店」店頭表示事業の積極的な取組
- 消費者の意見・要望につき(社)日本惣菜協会への情報提供を行う

③消費者の協力

- ガイドラインへの理解(学習会等への参加)
- 事業者とのコミュニケーションの促進(売場等の提供情報への注目、一声運動)

④行政の協力

- 各種の情報提供
- ガイドラインに係る相談対応
- ガイドラインの普及・啓発の支援